

Допущено до захисту
Завідувач кафедри маркетингу
д.е.н., професор Литовченко І.Л.

(підпис)

“ ___ ” _____ 2019 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 6.030507 Маркетинг

за освітньою програмою «Маркетинг»

на тему: **«МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА»**

Виконавець:

студентка 4 курсу 5 групи ФМЕ

Ніколова Катерина Іллівна _____
/підпис/

Науковий керівник:

ст.викладач

Шеремета Олександра Віталіївна _____
/підпис/

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1. Сутність, значення конкурентоспроможності підприємства	7
1.2. Методи оцінки, що визначають конкурентоспроможність підприємства	15
1.3. Конкурентоспроможність продукції як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства	25
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	37
2.1. Загальна характеристика та аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства ТОВ «Цемент».....	37
2.2. Дослідження конкурентної позиції підприємства	47
2.3. Аналіз конкурентного середовища підприємства	51
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	68
3.1. Рекомендації з покращення маркетингової діяльності підприємства	68
3.2. Розрахунок ефективності запропонованих рекомендацій щодо удосконалення маркетингової діяльності	75
ВИСНОВКИ	82
Список використаних джерел	83
Додатки	

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавр
Ніколової К.І.
«Маркетингове дослідження конкурентоспроможності продукції підприємства»

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності
6.030507 Маркетинг
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2019 рік

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження - ТОВ «Цемент».

У роботі розглядаються теоретичні аспекти та поняття конкурентоспроможності підприємства. Зроблено аналіз основних факторів, що визначають і впливають на конкурентоспроможність підприємства. Розглянуті методи оцінки конкурентоспроможності підприємства за окремими аспектами його діяльності – виробничим, інноваційним, маркетинговим, фінансовим тощо.

Проаналізовано фінансово-господарська діяльність підприємства, проведено аналіз техніко-економічних показників, конкурентного середовища підприємства. основні тенденції ринку виробництва цементу України в цілому Надані рекомендації щодо поліпшення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Запропоновано та економічно обгрунтовано шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, продукція, конкуренти, постачальники, споживачі

ANNOTATION

qualifying work for obtaining an educational bachelor's degree
Nikolova Kateryna
"Marketing Research of Enterprise Product Competitiveness"
qualifying work for obtaining an educational bachelor's degree in specialty
6.030507 Marketing
Odessa National Economic University
Odessa, 2019

The qualification work of the bachelor's degree consists of three sections. Object of study The object of research - LLC "Cement".

The article deals with theoretical aspects and concepts of enterprise competitiveness. The analysis of the main factors determining and influencing the competitiveness of the enterprise is made. The methods of assessing the competitiveness of an enterprise on certain aspects of its activity - industrial, innovative, marketing, financial, etc. are considered.

The financial-economic activity of the enterprise was analyzed, the analysis of technical and economic indicators, the competitive environment of the enterprise was carried out. main tendencies of the Ukrainian cement market as a whole. Provided recommendations for improving the competitiveness of the enterprise

The ways of raising the level of competitiveness of the enterprise are proposed and economically substantiated.

Keywords: competitiveness, products, competitors, suppliers, substitute products, consumers

ВСТУП

Актуальність теми. На цей час у нашій країні склалася досить складна економічна ситуація. Більшість українських підприємств зазнають великих збитків, але все ж намагаються утриматися на ринку. Основою ринкової економіки є конкуренція. Конкуренція - це головна рушійна сила розвитку господарюючих суб'єктів ринку та економіки в цілому. Основним суб'єктом ринкових відносин є підприємство, і для успішного функціонування воно повинно мати здатність витримувати конкурентну боротьбу. Конкурентоспроможність підприємства - це його здатність боротися за ринок, зберігати і збільшувати свою частку на ньому, здатність випереджати інших, використовуючи новітні технології, вміння максимально ефективно використовувати ресурси, домагаючись того, щоб продукція, що випускається або надані послуги були більш конкурентоспроможними, ніж товари та послуги конкурентів, і повніше задовольняли потреби споживачів. У ринкових умовах висока конкурентоздатність суб'єктів господарювання є запорукою отримання високого і стабільного прибутку. Висока конкурентоспроможність – основна умова розвитку і життєдіяльності підприємства. Розуміючи це, українські товаровиробники в умовах жорсткої конкурентної боротьби ставлять перед собою такі цілі: задоволення потреб, існуючих на ринку, отримання максимального прибутку і збільшення обсягів збуту, розширення частки внутрішнього і зовнішнього ринку, забезпечення необхідного рівня якості та ціни продукції, що виробляється, впровадження нових технологічних процесів і модернізація обладнання.

Зміни в економіці обумовлює необхідність створення та реалізації нової конкурентної політики, спрямованої на досягнення цілей підприємства відповідно до вимог нової економічної дійсності

Конкурентоспроможність є одним з головних вимірювачів успішної діяльності підприємства. Тому, це завжди конкуренція з відомими світовими виробниками. Сьогодні не можна розраховувати на те, що

знайдеться ринок, недоступний для світових виробників, тому проблема забезпечення конкурентоспроможності власної продукції потребуватиме постійних термінових дій для вирішення питань.

Маркетингові дослідження з питань конкурентоспроможності підприємства як тема кваліфікаційної роботи дає можливість постійно використовувати отримані знання на практиці. Крім того, наші маркетингові дослідження не можуть залишитися незатребуваними, особливо якщо є актуальними і практичними.

Об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження є ТОВ «Цемент».

Мета і завдання дослідження. Метою кваліфікаційної роботи є розгляд основних теоретичних питань конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємства.

Досягнення зазначеної мети обумовило необхідність вирішення наступних **завдань:**

- визначення критеріїв конкурентоспроможності й формування системи показників її вимірювання;
- розроблення методів оцінки рівня конкурентоспроможності;
- розроблення методів формування алгоритмів (програм) підвищення конкурентоспроможності.
- проаналізувати фінансово-господарську діяльність підприємства; конкурентні переваги на ринку цементної галузі;
- надати пропозиції з усилення своїх позицій на ринку.

Конкурентоспроможність залежить від низки чинників, які об'єктивно впливають на підприємство, а також суб'єктивних, які залежать від команди управління підприємства, організації, цілеспрямованості робіт, пов'язаних із забезпеченням конкурентоспроможності. Проблема підвищення конкурентоспроможності має кілька аспектів: технологічний, організаційний, економічний, соціальний, юридичний та комерційний. І хоча всі вони становлять єдину систему забезпечення конкурентоспроможності продукції,

існує певна черговість вирішення питань кожного з аспектів. Проте вирішення економічних питань є першочерговим.

Методи дослідження. У роботі використовувалися аналітичні, графічні та розрахункові методи дослідження.

Аналіз досліджень та публікацій. Наукові публікації та спеціальна наукова література закордонних та вітчизняних вчених; звіти та аналітичні матеріали офіційних статистичних збірників України; данні звітності ТОВ «Цемент».

Предметом дослідження виступає комплекс теоретичних, методологічних та науково-практичних підходів до конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Цемент».

Практичне значення одержаних результатів дослідження мають теоретичне і практичне значення для питань вдосконалення системи управління конкурентоспроможності діючого підприємства ТОВ «Цемент».

Наукова новизна. Удосконалено наукові підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства цементної галузі з урахуванням специфіки конкурентного середовища.

ВИСНОВКИ

ТОВ «Цемент», раніше Одеський цементний завод — найбільший виробник цементу у південному регіоні України.

Продукцію ТОВ «Цемент» було використано для значущих інфраструктурних об'єктів України, серед яких Південний і Іллічівський морські порти, Одеська обл., НСК «Олімпійський», м. Київ.

Основним ринком Одеського цементного заводу є Одеська область де компанія займає лідируючі позиції (близько 50% ринку). У той же час він активно розвиває ринки Херсонської та Миколаївської областей.

З метою виявлення тенденцій розвитку підприємства, проаналізуємо динаміку основних економічних показників діяльності ТОВ «Цемент» за 2016-2018 роки.

Важливою характеристикою фінансового стану підприємства є оцінка його платоспроможності, тобто здатність підприємства розрахуватися за своїми зобов'язаннями. Платоспроможним є також підприємство, у якого активи перевищують зовнішні зобов'язання. Здатність підприємства платити за своїми короткостроковими зобов'язаннями називають ліквідністю.

Щоб розробити оптимальні маркетингові дослідження, насамперед потрібно дослідити ринок, тобто зібрати, проаналізувати та систематизувати інформацію. Інформація має бути високоякісною, тобто достовірною, повною, точною, актуальною, цінною та корисною. Маючи високоякісну інформацію, ТОВ «Цемент» може одержати конкурентні переваги, знизити рівень фінансового ризику, визначити ставлення споживачів, підвищувати ефективність роботи, вирішувати інші важливі проблеми.

Аналіз за допомогою PEST-аналізу показав, що на підприємство в більшій мірі чинять негативний вплив політичні та економічні фактори. Це свідчить про значну політичну та економічну нестабільність в Україні.

Слідом за аналізом макросередовища проводиться аналіз мікросередовища — постачальників, споживачів, конкурентів, цільової

аудиторії.

Побудували многокутник конкурентоспроможності, який допоміг наочно оцінити позицію ТОВ «Цемент» відносно основних конкурентів в Україні.

Хоча ТОВ «Цемент» має ряд конкурентних переваг, а саме: доступ до споживачів, та співвідношення ціна/якість. Але поступається головним конкурентам в інших важливих показниках конкурентоспроможності, а саме: фінансове становище; дистрибуція продукції заводу також не здійснюється на належному рівні; результативність маркетингових заходів є низькою у порівнянні з конкурентами (засоби стимулювання збуту та реклама використовуються заводом не в повній мірі). Щодо присутності ТОВ «Цемент» в Інтернеті, функціонує сайт заводу, але він є недостатньо інформативним.

Маркетингова стратегія є найголовнішою з функціональних стратегій у стратегії розвитку підприємства. Зазвичай вона складається зі змін по чотирьох параметрах діяльності підприємства (4P). Проаналізувавши маркетингову діяльність за допомогою комплексу маркетингу 4P:

- результативність маркетингових заходів є низькою у порівнянні з конкурентами, що можливо пов'язано з відсутністю відділу маркетингу на підприємстві;

- засоби стимулювання збуту та реклама використовуються заводом не в повній мірі;

- недостатньо використовує мережу Інтернет для просування своєї продукції. Сайт ТОВ «Цемент» недосить функціональний та інформативний, та завод майже не представлений у соціальних мережах.

Конкурентне ринкове середовище вимагає від підприємства постійного вдосконалення. Для того щоб бути конкурентоспроможним, підприємство повинно мати конкурентні переваги.

На нашу думку, доцільним буде створення відділу маркетингу на ТОВ «Цемент» з метою підвищення конкурентоздатності продукції заводу на

ринку виробництва цементу як в Україні так і на міжнародних ринках.

Також, нами було запропоновані рекомендації щодо вдосконалення веб-сайту ТОВ «Цемент».

Таким чином, за нашими розрахунками відновлення роботи відділу маркетингу є доцільним та виправданим, адже при всіх варіантах прогнозу спостерігається зростання прибутку від операційної діяльності, а рентабельність є позитивною, до того ж робота відділу буде сприяти підвищенню ефективності маркетингової діяльності і, як наслідок, зміцненню конкурентних позицій підприємства на ринку цементної галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пуцентейло П. Конкуренція як економічна категорія / П. Пуцентейло // Економіка АПК. – 2013. – № 4. – С. 122-126
2. Портер М. Міжнародна конкуренція; пер. с англ./под. ред. В. Д. Щетинина. - М.: Международные отношения, 2006. - 896 с.
3. Дикань, В. Л. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства / В. Л. Дикань, Т. В. Пономарьова // Вісник економіки транспорту і промисловості. Серія «Економіка». – 2011. – Випуск 36. – С. 100–105.
4. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посібник / І.З. Должанський, Т.О. Загорна - Київ: Центр навчальної літератури, 2014. - 384 с.
5. Яцура, В. В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємств [Електронний ресурс] / В. В. Яцура, М. В. Замроз // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. Збірник наукових праць. – 2011. – № 2.
6. Костюк, Л. А. Теоретичні та методичні засади оцінки конкурентоспроможності / Л. А. Костюк // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (Економічні науки). – 2012. – Випуск 2. – С. 22–30.
7. Портер М.Е. Стратегія конкуренції. Пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. – К.: Основи, 2009. – 390 с.
8. Конкурентоспроможність: країна, регіон, підприємство /Ред. Ю. В. Полунєєва; Рада конкурентоспроможності України, Центр стратегій конкурентоспроможності (МІМ-Київ). -К.: ЛАТ&К, 2006. -175, с.
9. Портер М. Э. Конкуренция : учеб. пособ. / М. Э. Портер; пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2001. – 495 с.

10. Глухів В.В. Менеджмент. Підручник. 2-е вид., Испр. і доп. СПб.: Видавництво «Лань», 2002. 528 с., Іл. (Підручники для вузів. Спеціальна література).
11. Погребняк, Д. В. Методи діагностики конкурентоспроможності підприємства/Д. В. Погребняк // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. Збірник наукових праць. – 2011.–Випуск 32.–С.45–51.
12. Дудяк Р. П., Бугіль С. Я., Дудяк О. Р. Маркетингове забезпечення конкурентоспроможності підприємств у формування їх збутової політики. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vlp.com.ua/files/special/37.pdf>.
13. Малюга Л. М. Управління факторами конкурентоспроможності підприємств / Л. М. Малюга // Інноваційна економіка. – 2012. – № 11. – С. 88-
14. Софієнко А. В. Конкурентоспроможність підприємства як складова модернізації економічного розвитку / А. В. Софієнко // Економічні інновації. Збірник наукових праць. – 2011. – Випуск 45. – С. 223-229.
15. Управління процесом підвищення конкурентоспроможності підприємств [Електронний ресурс] / В. В. Хмурова, К. В. Косовська // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2012. – № 2 (3). – С. 65-70. – Режим доступу до журн.:<http://www.economics.opu.ua/n3.html>.
16. Стратегічне управління конкурентоспроможністю промислового підприємства : монографія / Й. М. Петрович, О. В. Кривешко, І. О. Ступак. За наук. ред. проф. Й. М. Петровича. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 228 с.
17. Макаренко М. В. Підвищення конкурентоспроможності промислової продукції шляхом застосування ефективною маркетинговою концепції збуту / М. В. Макаренко // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 1. – С. 26-34.

18. Паршина О. А. Управління конкурентоспроможністю продукції машинобудування : концепції, рішення, стратегії : монографія / О. А. Паршина. – Дніпропетровськ : Національний гірничий університет, 2010. –с.185
19. Конкурентоспроможність підприємства [Електронний ресурс] : – Режим доступу :<http://finance-library.com.ua>
20. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення : монографія / В. А. Павлова. – Д. : Вид-во ДУЕП, 2006. – 276 с.
21. Журавльова Т. О., Стратегічне управління збутовими процесами підприємств / Т. О. Журавльова, А. Ю. Присягіна // Економічні інновації. Збірник наукових праць. – 2011. – Випуск 45. – С. 79-87.
22. Немцов В. Д., Довгань Л. Є. Стратегічний менеджмент : Навчальний посібник. – К.: Експрес-Поліграф, 2002. – 562 с.
23. Гудзинський О. Д. Управління формуванням конкуренто-спроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект) : монографія / О. Д. Гудзинський, С. М. Судомир, Т. О. Гуренко ; Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. – К.: ІПК ДСЗУ, 2010. – 212 с.
24. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств : теорія, методологія, практика / Н. П. Тарнавська ; Тернопільський екон. ун-т. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 570 с.
25. Камишніков Р. В. Конкурентоспроможність підприємства в системі маркетингу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец.08.06.01 “Економіка, організація і управління підприємствами” / Р. В. Камишніков. – К., 2006. – 18 с.
26. Котлер Ф. Маркетинг / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. СПб.:Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005.– 376с.

27. Панасенко Д. А. Конкуентоспроможність підприємства : сутнісна та функціональна характеристики [Електронний ресурс] : / Панасенко Д. А. // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository. – 2012. – С. 270— Режим доступу :<http://ena.lp.edu.ua>
28. Єрмак А. В. Конкуентноздатність підприємства : сутність поняття (проблематика питання) / А. В. Єрмак // Вісник економічної науки України. – 2005. – № 1. – С. 41-44.
29. Гончарук Т. І. Конкуенція і конкуентоспроможність : зміст і розвиток у перехідній економіці / Т. І. Гончарук. – Суми : ВВП «Мрія – 1»”ЛТД, УАБС, 2003. – 60 с.
30. Юданов А.Ю. Конкуенція: теорія і практика: Навчальна практ. допомога. / А.Ю. Юданов. 3-е видання., випр. та доп. - М .: Вид-во ГНОМ і Д, 2001. - 304 с.
31. Хайек Ф. Конкуенція як процедура відкриття // Світова економіка і міжнародні відносини. 1989. № 12.
32. Фатхутдінов Р.А. Управління конкуентоспроможністю організації. Ексклюзивні технології формування стратегії підвищення конкуентоспроможності організації: теорія, методика, практика: навч. посібник / Р.А. Фатхутдінов. - М .: Ексмо, 2004. - 539 с.
33. Александров А.В. Фактори забезпечення конкуентоспроможності підприємницьких структур // Управління економічними системами: електронний науковий журнал, 2011. - № 5 (29).
34. Балобанова Л.В. Маркетинг / Підручник.- Донецьк, 2011 – 322 с.
35. Воронов Д.С. Оцінка конкуентоспроможності підприємства. [Електрон. ресурс] - Режим доступу: <http://www.kpilib.ru/article.php?page=207>
36. Дойль П. Менеджмент: стратегія і тактика / П. Дойль. - СПб .: Пітер, 2002. - 560 с.

37. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, орієнтований на ринок / Перекл. з англ. під ред. В. Б. Колчанова. - СПб.: Пітер, 2007. - 800 с.
38. Мостенська Т. Л. Основи маркетингу : навч. посібник. / Т.Л. Мостенська. – К.: Кондор, 2005. – 240 с.
39. Нефедова О. Г. Механізм вибору конкурентної стратегії підприємства /
40. Горнфінкель В.Я. Економіка підприємства: Підручник для вузів / Під ред. проф. В.Я. Горфінкеля, проф. В.А. Швандара. 4-е изд., Перераб. і доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 767 с.
41. Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Економікс: принципи, проблеми і політика / пер. 16-го англ. изд. - М.: ИНФРА-М, 2006. - 940 с. (Макконнелл і Брю)
42. Портер М. Конкурентна стратегія: Методика аналізу галузей і конкурентів. / Пер. з англ. - М.: Альпіна Бізнес Букс, 2005. - 454 с.
43. Гончаров В.І. Менеджмент: Учеб. посібник. Мн.: Місанта, 2003. 624с.
44. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. / Пер. з англ. під ред. Л.А. Волкової. Ю.Н. Каптуревського. СПб.: Пітер, 2000. 752с
45. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <www.ukrstat.gov.ua> –.
46. Фатхутдінов Р.А. Конкурентоспроможність: економіка, стратегія, управління. - М.: ИНФРА-М, 2000. - 312 с.
47. Єрохіна Р.І., Самраїлова Є.К. Аналіз та моделювання трудових показників на підприємстві. Уч. сел. / Под ред. Рофе А.І., - М.: Вид-во «МІК», 2000г. 160
48. Н.І. Новіцкій., Організація і планування виробництва - М., 2004
49. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств: Навчальний посібник/ Л. М. Чепурда, С. С. Беляєва, М. В. Плахотнікова. -К.: Професіонал, 2005. -269, с.
50. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств:

- Навчальний посібник/ І. Ю. Сіваченко, Ю. Г. Козак, Ю. І. Єхануров, Ю. В. Макогон та ін. -К.: Центр навчальної літератури, 2006. -454 с.
51. Кремньов Г.Р. Управління продуктивністю і качеством.17-ти модульна програма для менеджерів «Управління розвитком організації». Модуль5. М. : ИНФРА-М, 1999.312с.
 52. Рибницький, Д. О. Сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства/Д. О. Рибницький, Т. А. Городня // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Випуск 20.9. – С. 227–230.
 53. Иванов, Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия :монография / Ю. Б. Иванов, А. Н. Тищенко, Н. А. Дробитько. – Х. : ХГЭУ, 2003. – 349 с.
 54. Вершигора Є.Є. Менеджмент: Учеб. посібніе.2-е вид., перераб. і доп. М: ИНФРА - М, 2005.283 с. (Вища освіта).
 55. Сахно, І. В. Аналіз основних методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств / І. В. Сахно // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2012. – № 2, Ч. 2.–С. 385–390.
 56. Закревська Л. М. Оцінка та підвищення конкурентоспроможності підприємств кондитерської промисловості України: дис.канд. екон. наук: 08.06.01 / Людмила Миколаївна Закревська. –К., 2005.–211 с.
 57. Кузьмін О. Є. Методи аналізування конкурентоспроможності підприємств / О. Є. Кузьмін, Л. І. Чернобай, О. П. Романко // Науковий вісник НЛТУ України. –2011.–Випуск 21.10.–С. 159-166.
 58. Квятковська Л.А. Оцінка поточної та довгострокової конкурентоспроможності підприємства
 59. Економіка підприємства: [Підручник] / За заг. ред. С.Ф.Покропивного. – Вид. 2-ге. – К.: КНЕУ, 2004. – 528 с.
 60. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред.. О.Г. Янкового]. – Одеса: Атлант,

2013. – 470 с.

61. Чумак Л.Ф. Фактори впливу а формування конкурентоспроможного потенціалу підприємств / Л.Ф. Чумак // Экономика и управление. - № 1. – 2013. – с. 62-69.
62. Пуцентейло П. Конкуренція як економічна категорія / П. Пуцентейло // Економіка АПК. – 2013. – № 4. – С. 122-126
63. Панасенко Д.А. Конкурентоспроможність підприємства: сутнісна та функціональна характеристики / Д.А. Панасенко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – Львів: Видавництво Львівської політехніки. – 2012. – № 727. – С. 270-276.
64. Адамик В.А. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / В.А. Адамик // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2012. – № 1. – С. 69-78.
65. Мануйлович Ю.М. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства. Ю.М. Мануйлович Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. № 4. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.